

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.06.2024 17:22:55
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Магистратура
Кафедра Дизайн костюма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-процессы и продвижение бренда

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	54.04.01 Дизайн
Профиль)	Механизм создания коллекции
Срок освоения образовательной программы по очно- заочной форме обучения	2 года 6 месяцев
Форма обучения	Очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес процессы и продвижение бренда» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 9 от 02.04.2024 г.

Разработчик рабочей программы Бизнес процессы и продвижение бренда

Доцент кафедры
Дизайн костюма С. В. Сысоев

Заведующий кафедрой: С. В. Сысоев

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Бизнес процессы и продвижение бренда» изучается в четвертом семестре

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Бизнес процессы и продвижение бренда» относится к обязательной части комплексного модуля программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций, дисциплины «Матрица ассортиментных групп», «Тренд-аналитика и тренд-прогнозирование. Части 1 и 2», «Работа с цехом».

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при прохождении всех видов практик, предусмотренных ОПОП и выполнении ВКР.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Бизнес процессы и продвижение бренда» являются:

- изучение и анализ современного состояния Fashion рынка, трендов и тенденций развития, финансовых показателей;
- формирование основных этапов бизнес процесса разработки коллекции и производства готовых изделий, как основы стратегического и календарного планирования;
- формирование концепции, идеи и миссии торговой марки, как основы для построения бизнес модели;
- изучение и анализ спроса, особенностей целевой аудитории;
- формирование Ассортиментной политики торговой марки;
- формирование ценовой политики торговой марки;
- формирование маркетинговой стратегии торговой марки;
- формирование дорожной карты проекта;
- формирование организационного и производственного плана проекта;
- изучение структуры и методики построения финансовой модели проекта;
- формирование и анализ финансовых показателей с точки зрения эффективности и рисков построения бизнес модели проекта;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотносённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-3 Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи</p>	<p>ИД-ОПК-3.1 Использование набора полученных в результате исследования научно-обоснованных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека</p>	<p>Анализирует</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальное состояние рынка, - спрос; - конкурентную среду; - целевую аудиторию; - каналы сбыта; - маркетинговые стратегии продвижения торговой марки; - ассортиментную и ценовую политику в условиях современного рынка; - SWOT анализ <p>Оценивает</p> <ul style="list-style-type: none"> - -актуальность идеи и концепции торговой марки; - сильные и слабые стороны конкурентной среды; - уникальность торгового предложения; - -запрос и требования целевой аудитории; - -эффективность и риски каналов сбыта; - -эффективность маркетинговой стратегии торговой марки; - эффективность и риски бизнес-проекта.
<p>ПК -2 Способен организовывать работы по разработке моделей/коллекций</p>	<p>ИД-ПК-2.1 Анализ современных концепций организации дизайнерской деятельности</p> <p>ИД-ПК-2.2 Организация работ по разработке моделей/коллекций</p> <p>ИД-ПК-2.3 Разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение творческого процесса</p>	<p>Обладает навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирования концепции и идеи торговой марки; - стратегического и календарного планирования бизнес-процесса; - формирования уникальности продукта с учетом особенностей целевой аудитории и каналов сбыта; - формирования маркетинговой стратегии торговой марки; - разработки финансовой модели проекта и оценки его эффективности.
<p>ПК -3 Способен разрабатывать проектные задания на создание моделей с использованием инновационных технологий</p>	<p>ИД-ПК-3.3 Использование навыков создания бренда и его продвижение</p>	<p>Обладает навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирования концепции и идеи торговой марки; - стратегического и календарного планирования бизнес-процесса; - формирования уникальности продукта с учетом особенностей целевой аудитории и каналов сбыта; - формирования маркетинговой стратегии торговой марки; - разработки финансовой модели проекта и оценки его эффективности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

Очно-заочная форма обучения	4	з.е.	128	час.
-----------------------------	----------	-------------	------------	-------------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очно-заочная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	<i>курсовая работа/ курсовой проект</i>	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
4 семестр	экзамен	128	9	27				44	48
Всего:	экзамен	128	9	27				44	48

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очно-заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий ¹ , обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
Четвертый семестр							
	Введение	9	27			44	
ОПК-3 ИД-ОПК-3.1	Лекция 1 Анализ и сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса.	2				3	Контроль посещаемости.
ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3	Лекция 2. Концепция, идея, миссия торговой марки- основа построения бизнес-модели и вывода бренда на рынок.	2				3	Контроль посещаемости.
ПК-3 ИД-ПК-3.3	Лекция 3. Виды и методы исследования конкурентной среды, спроса, ценового сегмента рынка. Описание целевой аудитории	3				3	Контроль посещаемости.
	Лекция 4 Маркетинговая стратегия торговой марки. Каналы сбыта. Построение ассортиментной политики торговой марки.	2				3	Контроль посещаемости.
	Лекция 5 Производственный и Финансовый план проекта. Оценка эффективности и	2				3	Контроль посещаемости.

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий ¹ , обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	рисков бизнес-проекта. План презентации бизнес-проекта.						
	Практическое занятие 1 Анализ и сегментация Рынка. Тренды и тенденции развития. Формирование основных этапов работы над коллекцией. Календарный план работы над коллекцией и производства готовых изделий		3			3	Дискуссия обсуждение презентаций по обзору актуального состояния рынка Fashion индустрии. Защита домашнего задания № 1 в виде презентаций по теме «Анализ Fashion рынка, риски и возможности» Входное тестирование
	Практическое занятие 2 Концепция и идея, миссия, философия торговой марки		3			4	Семинар-конференция защиты презентаций выявленных проблем и сформированных идей решения проблемы. Дискуссия актуальности и возможности реализации бизнес-идеи. Тестирование по теме Бизнес-идея Защита Домашнего задания № 2 в виде Презентаций «Концепция и идея

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий ¹ , обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
							торговой марки». Обсуждение. Взаимооценка.
	Практическое занятие 3 Анализ спроса. Позиционирование, целевая аудитория		3			4	Защита презентации № 3 «Анализ спроса» Защита Домашнего задания №4 в виде Презентаций «Анализ целевой аудитории» Тестирование по теме Анализ целевой аудитории
	Практическое занятие 4 Формирование уникального торгового предложения. Описание продукта или услуги. Расчет себестоимости продукта		3			3	Защита продукта или услуги Защита Домашнего задания № 5 в виде Презентаций «Описание продукта или услуги»
	Практическое занятие 5 Анализ конкурентов		3			3	Защита Домашнего задания № 6 в виде Презентаций «Анализ конкурентов». Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды
	Практическое занятие 6 Ассортиментная и ценовая политика компании. Анализ каналов сбыта		3			3	Защита домашнего задания № 7 в виде презентации «Анализ каналов сбыта» Дискуссия
	Практическое занятие 7 План маркетинга		3			3	Защита домашнего задания №8 «План маркетинга. Стратегия продвижения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий ¹ , обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
							торговой марки на рынок» Обсуждение. Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план
	Практическое занятие 8 Прогнозирование плана продаж. График вывода коллекции Организационный и производственный план.		3			3	Защита домашнего задания № 9 «План продаж. График вывода коллекции на рынок»
	Практическое занятие 9 Расчет финансовых показателей проекта		3			3	Письменный отчет с результатами выполненных экспериментально-практических заданий и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта
	Итого за 4 семестр	9	27			44	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пап	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Лекция 1	Анализ и сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса	Сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса. Анализ и формирование основных этапов бизнес процесса. Цели, задачи и риски каждого этапа. Анализ примера Сетевого графика проекта с учетом вывода коллекций и сезонности работы. Анализ рисков каждого этапа разработки, производства и реализации коллекции.
Лекция 2	Концепция, идея, миссия торговой марки- основа построения бизнес модели и вывода бренда на рынок.	Анализ рынка, проблемы, тренды, тенденции. Разработка идеи, миссии, концепции, как основы для построения бизнес модели. Методы оценки возможности реализации бизнес идеи. Описание вида деятельности, продукта или услуги. Уникальность торгового предложения. Жизненный цикл товара или услуги. Коммуникационная составляющая торговой марки.
Лекция 3	Виды и методы исследования конкурентной среды, спроса, ценового сегмента рынка. Описание целевой аудитории	Оценка потенциальной ёмкости рынка. Ранжирование сегментов рынка. Методы изучения спроса. Анализ рыночной конъюнктуры. Методы исследования конкурентов. Определение целевой аудитории (ЦА). Методы изучения ЦА. Поведенческий анализ целевой аудитории. Мотивация покупок. Вопросы к целевой аудитории. Способы удержания целевой аудитории. Визуализация целевой аудитории.
Лекция 4	Маркетинговая стратегия торговой марки. Каналы сбыта. Построение ассортиментной политики торговой марки	Цели и стратегии маркетинга. Позicionирование торговой марки на рынке. Визуальная и коммуникационная составляющая бренда. Ценообразование. Анализ каналов сбыта. Коммуникационная составляющая каждого канала сбыта. Реклама и методы стимулирования продаж. Программы лояльности. Бюджетирование маркетинга. Себестоимость, розничная цена. Ассортиментная политика, план продаж, график вывода коллекций, капсул
Лекция 5	Производственный и Финансовый план проекта. Оценка эффективности и рисков бизнес проекта. План презентации бизнес проекта	Производственный план, производственные мощности. Закупка сырья и материалов. Контроль качества процесса и готовой продукции. Издержки производства. Организационный план и организационная структура компании. Инвестиционные расходы. Финансовая модель доходов и расходов. Оценка рисков проекта и показателей эффективности проекта. План презентации бизнес проекта.
Практические занятия		
Практическое занятие 1	Анализ и сегментация Рынка. Тренды и тенденции развития. Формирование основных этапов работы над коллекцией. Календарный план	Дискуссия обсуждение презентаций по обзору актуального состояния рынка Fashion индустрии. Защита домашнего задания № 1 в виде презентаций по теме «Анализ Fashion рынка, риски и возможности» Формирование календарного плана работы над коллекцией с учетом сезонности. Анализ мировых выставок сырья и материалов. Обсуждение целей, задач и результатов каждого этапа работы над коллекцией. Распределение работы между исполнителями. Определение временных периодов каждого этапа.

	работы над коллекцией и производства готовых изделий	Входное тестирование Выдача домашнего задания №2 «Концепция и идея торговой марки»
Практическое занятие 2	Концепция и идея, миссия, философия торговой марки	Защита Домашнего задания № 2 в виде Презентаций «Концепция и идея торговой марки». Обсуждение актуальности и возможности реализации бизнес идеи. Взаимооценка Тестирование по теме Бизнес идея Выдача домашнего задания № 3 в виде презентации «Анализ спроса» и задания №4 «Анализ целевой аудитории»
Практическое занятие 3	Анализ спроса. Позиционирование, целевая аудитория	Защита Домашнего задания № 3 в виде презентации «Анализ спроса» и задания №4 «Анализ целевой аудитории» Обсуждение. Взаимооценка. Тестирование по теме Анализ целевой аудитории Выдача домашнего задания № 5 «Описание продукта или услуги».
Практическое занятие 4	Описание продукта или услуги. Расчет себестоимости продукта	Защита Домашнего задания № 5 в виде Презентаций «Описание продукта или услуги». Объяснить формирование уникального торгового предложения ДНК торговой марки, уникальность продукта, расчет себестоимости моделей Обсуждение. Выдача домашнего задания № 6 «Анализ конкурентов»
Практическое занятие 5	Анализ конкурентов	Защита домашнего задания № 6 «Анализ конкурентов» Формирование прогнозируемых показателей проекта ассортиментного наполнения, ценового уровня, цветомодели, размерные ряды, программы лояльности для ЦА. Обсуждение. Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды Выдача домашнего задания № 7 «Анализ каналов сбыта»
Практическое занятие 6	Ассортиментная и ценовая политика компании. Анализ каналов сбыта	Защита презентаций № 7 «Анализ каналов сбыта». Дискуссия Обсуждение положительных и отрицательных аспектов каждого канала для выбора. Выдача домашнего задания №8 «План маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок» Обсуждение. Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план
Практическое занятие 7	План маркетинга	Защита домашнего задания №8 «План маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок» Обсуждение. Формирование и обсуждение планов и бюджетов маркетинга для индивидуальных проектов ВКР. Теоретический материал определения себестоимости и розничной цены продукта Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план Выдача Домашнего задания № 9 «План продаж. График вывода коллекции на рынок»
Практическое занятие 8	Прогнозирование плана продаж. График вывода коллекции	Защита домашнего задания № 9 «План продаж. График вывода коллекции на рынок» Обсуждение. Корректировка прогнозируемых показателей Формирование производственного и организационного плана

	Организационный и производственный план	проекта на основе плана продаж Выдача Домашнего задания № 10 на тему «Финансовые показатели проекта»
Практическое занятие 9	Финансовая модель проекта	Письменный отчет с результатами выполненных экспериментально-практических заданий и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта Разбор практического материала для индивидуальных проектов ВКР. Обсуждение показателей эффективности проектов. Защита индивидуальных проектов.

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям, зачету;
- изучение специальной литературы;
- изучение разделов/тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- выполнение домашних заданий в виде Презентаций;
- подготовка к практическим занятиям;
- дискуссии;
- семинар-конференции;

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед зачетом,
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин бакалавриата, которые формировали УК, в целях обеспечения преемственности образования .

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	9	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	27	

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенций(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	обще профессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-3 ИД-ОПК-3.1	ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3 ПК-3 ИД-ПК-3.3
высокий		отлично/ зачтено (отлично)/ зачтено	–	Обучающийся – определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, – умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;	Обучающийся: – защитил презентации в соответствии с требованиями и рабочей программой курса с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения; – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал; – грамотно обосновывает новизну и конкурентоспособность концептуальных решений; – умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; – показывает способности в понимании и практическом использовании знаний

					<p>механизма создания коллекций, целевой аудитории, состояния рынка в окружении конкурентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – способен анализировать и соответствовать в своей профессиональной деятельности современным трендам в области создания коллекций; – представил итоговую презентацию, которая выполнена грамотно, логично, данные обоснованы и представлены в соответствии с исследованиями рынка; – эффективность проекта обоснована; – дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.
повышенный		хорошо/ зачтено (хорошо)/ зачтено	–	<ul style="list-style-type: none"> – допускает единичные негрубые ошибки; – в большей степени осваивает алгоритм по самостоятельному сбору аналитике, систематизированию и оценке широкой базой научной литературы, формируя фундаментальную базу для практической деятельности, отражающейся в авторских проектах; – ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская существенных неточностей.- определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирать 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – защитил презентации в соответствии с требованиями и рабочей программой курса с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения; – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал; – показывает способности в понимании и практическом использовании знаний механизма создания коллекций, целевой аудитории, состояния рынка в окружении конкурентов; – способен анализировать и соответствовать в своей профессиональной деятельности современным трендам в области создания коллекций; – представил итоговую презентацию,

				оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	которая выполнена грамотно, логично, данные не всегда обоснованы обоснованы в соответствии с исследованиями рынка; – эффективность проекта обоснована в выводах; – дает исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.
базовый		удовлетворительно/ зачтено (удовлетворительно)/ зачтено	–	– ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения. – ответы во время дискуссий отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения – не учитывает алгоритм по самостоятельному сбору аналитике, систематизировании и оценке широкой базой научной литературы, формируя фундаментальную базу для практической деятельности, отражающейся в авторских проектах;	Обучающийся: – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП; – защитил и представил презентации не в полном объеме; – допускает неточности в обоснованности принятых решений; – выполнил итоговую презентацию не в полном объеме, выводы написаны не в полном объеме; – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; – ответы во время дискуссий отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.
низкий		неудовлетворительно/ не зачтено	Обучающийся: – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;		

			<ul style="list-style-type: none"> – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – выполняет задания шаблона, без проявления творческой инициативы <ul style="list-style-type: none"> – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	--	--

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Бизнес процессы и продвижение бренда» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
	Входное тестирование	<p>Цель тестирование-определение уровня подготовки и базы знаний, полученной в предыдущем уровне образования</p> <p>Пример тестового задания</p> <p>Классификация одежды Fashion рынка, дать основные характеристика:</p> <ul style="list-style-type: none"> • luxury (люкс); • premium (высокий), • middle-up (выше среднего), • middle (средний), • mass-market (ниже среднего) <p>Перечислите критерии оценки брендов в рейтинговой системе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • покупательское поведение, количество офлайн и онлайн-покупателей; • данные о продажах более 12 000 дизайнеров и интернет-магазинов; • данные поиска из Google и другая мировая статистика; <p>упоминания в социальных сетях, вовлеченность и участие бренда в социальные проекты.</p>
	Тестирование по теме Бизнес идея	<p>Пример тестового задания</p> <p>Критерии выбора бизнес идеи,</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>должна быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • абсолютно понятна; • точно описана; • описана одной-двумя фразами; • указывать цель (для чего); • отражать смысл (чем будете заниматься). <p>Объяснить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ожидания; • цели; • ключевые задачи.
	Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды	<p>Пример тестового задания</p> <p>Дать характеристику методов маркетинговых исследования рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> • количественные методы; • качественные методы; • mix –методики; • опросы; • мониторинг; • фокус группа; • глубинное интервью. <p>Объясните признаки ценового сегментирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уровень дохода покупателей; • место покупки; • уровень обслуживания; • время покупки; • модификация товара с различными ценами <p>Какие вопросы следует задать конкуренту?</p>
	Тестирование по теме Анализ целевой аудитории	<p>Пример тестового задания</p> <p>Какие вы знаете методики определения целевой аудитории? Дайте характеристику:</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<ul style="list-style-type: none"> • анкетирование, • интервью, • сбор статистики, • опросы, • конкурсы <p>Перечислите вопросы, которые необходимо задать целевой аудитории.</p>
	Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план	<p>Пример тестового задания</p> <p>Перечислите какие вы знаете каналы сбыта на Fashion рынке, дайте характеристику, достоинства и недостатки каждого канала.</p> <p>Дайте характеристику уникального торгового предложения и каналов продвижения на рынке одежды.</p>
Домашнее задание 1	Презентация по теме «Анализ Fashion рынка, риски и возможности»	Сделать Презентацию, проследив динамику развития Fashion рынка, трендов и тенденций развития рынка. Анализ прессы, отчетов и прогнозов тренд-бюро, производственных ассоциаций и социальных сетей, включая телеграмм каналы fashion журналистов.
Домашнее задание 2	Презентация по теме «Концепция, миссия и идея торговой марки»	Выбрать и описать проблему целевой аудитории, сформировать идею и концепцию решения этой проблемы с помощью дизайн продукта.
Домашнее задание 3	Презентация по теме «Анализ спроса»	Выполнить анализ спроса на продукт или услугу на различных информационных платформах, включая аналитику маркетплейсов, данные о потенциальных размерах рынка.
Домашнее задание 4	Презентация по теме «Анализ целевой аудитории»	Дать определение покупателей - каковы их запросы и как на них выйти, как довести до них свою продукцию. Психологический портрет покупателя. Визуализация покупателя. Мотивация покупок, покупательское поведение.
Домашнее задание 5	Презентация на тему «Описание продукта или услуги»	Дать описание продукта или услуги, ДНК, выявить сильные стороны, уникальность продукта или услуги, как средства увеличения доли участия и сохранения устойчивости на рынке.
Домашнее задание 6	Презентация на тему «Анализ конкурентов»	Выполнить анализ 5 конкурентов. Концепция, ассортимент, целевая аудитория, цены, коммуникации с покупателем.
Домашнее задание 7	Презентация на тему «Анализ каналов сбыта»	Подготовить презентацию о каналах сбыта, условия использования, затраты, преимущества и недостатки.
Домашнее	Презентация на тему «План	Разработать маркетинговый план вывода торговой марки на рынок. Бюджетирование и

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
задание 8	маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок»	стратегия продвижения во времени и пространстве
Домашнее задание 9	Расчетные данные в виде таблиц «План продаж. График вывода коллекции на рынок»	Разработать план продаж и график вывода коллекции на рынок с учетом программ лояльности, сезонности.
Домашнее задание 10	Финансовая модель проекта	Письменный отчет с результатами выполненных и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Домашние задания в виде Презентаций	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации, продемонстрировал глубокие знания поставленной в ней проблемы, раскрыл ее сущность, слайды были выстроены логически последовательно, содержательно, приведенные иллюстрационные материалы поддерживали текстовый контент. Презентация была оформлена с учетом четких композиционных и цветовых решений. При изложении материала студент продемонстрировал грамотное владение терминологией, ответы на все вопросы были четкими, правильными, лаконичными и конкретными.		5
	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации, продемонстрировал знания поставленной в ней проблемы. Слайды выстроены логически последовательно, но не в полной мере отражали содержание заголовков, приведенные иллюстрационные материалы не во всех случаях поддерживали текстовый контент. При изложении материала студент не всегда корректно употреблял терминологию, отвечая на все вопросы.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывал суть проблем. Презентация была оформлена небрежно, иллюстрации не отражали текстовый контент слайдов. Во время доклада и отвечая на вопросы, студент не всегда четко формулировал свою мысль.		3
	Обучающийся не выполнил задания		2
Тесты	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются оценки в зависимости от процента правильных ответов: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		5 85% - 100%
			4 65% - 84%
			3 41% - 64%
			2 40% и менее 40%
Устная дискуссия	Обучающийся активно участвует в дискуссии по заданной теме. В ходе комментариев и ответов на вопросы опирается на знания лекционного материала и знания из дополнительных источников. Использует грамотно профессиональную лексику и терминологию. Убедительно отстаивает свою точку зрения. Проявляет мотивацию и заинтересованность к работе.		5
	Обучающийся участвует в дискуссии по заданной теме, но в ходе комментариев и ответов на вопросы опирается в большей степени на остаточные знания и собственную интуицию. Использует профессиональную лексику и терминологию, но допускает неточности в формулировках.		4
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывает суть в ответах и комментариях		3
	Обучающийся не участвует в дискуссии и уклоняется от ответов на вопросы.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
экзамен	<p>Вопросы к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое концепция торговой марки и зачем она нужна? 2. Как определить уникальность продукта или услуги? 3. Методы тестирования и обработки данных 4. Результаты анализа конкурентов в построении бизнес процессов 5. Вопросы к целевой аудитории. 6. Как определить себестоимость изделия? 7. Как определить розничную цену на изделие? 8. Структура плана продаж 9. Коэффициент сезонности при планировании ассортимента 10. Зачем нужно планирование ассортимента 11. Преимущества и недостатки в работе различных каналов продаж, которые необходимо учитывать при планировании 12. Что такое позиционирование торговой марки 13. Этапы бизнес процесса 14. Цель и задачи каждого этапа 15. Риски каждого этапа 16. Что такое критический путь при планировании бизнес процесса 17. Входящая и исходящая документация каждого этапа бизнес процесса 18. Отличия в структуре бизнес процессов торговых марок различного ценового сегмента 19. Вопросы целевой аудитории 20. Структура плана маркетинга 21. Виды и методы продвижения бренда на рынке 22. Что такое коммуникационная составляющая бренда? 23. Модели коммуникации классическая и интерактивная 24. Чем отличается производственный план от плана продаж 25. Структура финансовой модели проекта 26. Показатели оценки эффективности проекта

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен	<p>Обучающийся дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные, знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. Домашние задания в виде презентаций выполнены в срок и в необходимом объеме. Обучающийся принимает активное участие в ходе дискуссий</p>		5
	<p>Обучающийся обоснованно излагает, анализирует и систематизирует изученный материал, что предполагает комплексный характер анализа проблемы; показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой; демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Домашние задания в виде презентаций выполнены в срок и в необходимом объеме с небольшими неточностями.</p>		4
	<p>Обучающийся показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>связях слабые; справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Домашние задания в виде презентаций выполнены в не полном объеме в соответствии с установленными сроками.</p>		
	<p>Домашние задания в виде презентаций выполнены не в полном объеме и не в соответствии с установленными сроками. Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине.</p>		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- Тестирования		2 – 5
- Домашние задания в виде Презентаций		2 – 5
Участие в устных дискуссиях		2 – 5
Промежуточная аттестация (экзамен)		2 – 5
Итого за семестр экзамен		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- групповые дискуссии;
- преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не предусмотрена.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Садовническая улица, дом 35, ауд.562	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – экран
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – экран
<i>и т.д.</i>	...
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс. Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Егоров Ю. Н.	Основы маркетинга	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2014	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=277366	100
2	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2009, включая годы более ранних изданий 2020	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=123159 https://new.znanium.com/catalog/document/pid=353828	44
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Исааков Г.С.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2016	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=961356	5
2	Синяева И.М.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М	2014	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=427176	-
3	Каменева Н.Г., Поляков В.А.	Маркетинговые исследования	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М	2013	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=351385	-
4	Николаева Л.Н.	Содержание и направления маркетинговых исследований.	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2013	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461459	5

		<i>Конспект лекций</i>					
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	<i>Николаева Л.Н., Гусарова А.С.</i>	<i>Методические указания для проведения практических занятий по дисциплине «Маркетинг»</i>	<i>Методически е указания</i>	<i>М.:МГУДТ</i>	<i>2013</i>	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461461; локальная сеть университета	<i>5</i>
2	<i>Николаева Л.Н., Шальмиева Д.Б.</i>	<i>Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг»</i>	<i>Методически е указания</i>	<i>М.:МГУДТ</i>	<i>2011</i>	https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501	<i>5</i>
3	<i>Ковалева М.Н.</i>	<i>Требования к оформлению отчета об учебно- исследовательской работе</i>	<i>Методически е указания</i>	<i>Утверждено на заседании кафедры протокол № 3 от 02.02.18г.</i>	<i>2018</i>	<i>ЭИОС</i>	<i>15</i>

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС «ИВИС» http://dlib.eastview.com/
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Scopus https://www.scopus.com (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
2.	Scopus http://www.Scopus.com/
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
4.	Журнал: http://www.fashionograph.ru
5.	Портал : https://www.beinopen.ru
6.	Журнал : https://www.theblueprint.ru
7.	База данных в мире Academic Search Complete - обширная полнотекстовая научно-исследовательская. Содержит полные тексты тысяч рецензируемых научных журналов по химии, машиностроению, физике, биологии. http://search.ebscohost.com

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	...	
5.

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры